

LA (IN)ESPERADA GENTRIFICACIÓN CULTURAL. EL CASO BARCELONA

Fátima Vila Márquez

AUTORA / AUTHOR:

Fátima Vila Márquez

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL / PROFESSIONAL AFFILIATION:

Docente de la Online Business School (OBS), Ostelea y EAE Business School

TÍTULO / TITLE:

La (in)esperada gentrificación cultural. El caso Barcelona

The (un)expected cultural gentrification. The case of Barcelona

CORREO-E / E-MAIL:

fatima@enredamecomunicacion.com

RESUMEN / ABSTRACT:

La extensión del turismo como actividad humana creadora de valor, y la eclosión de éste gracias a las nuevas formas de participación y creación de riqueza derivadas de la aparición de las nuevas economías colaborativas de la red 2.0, han traído consigo una multiplicación del número de viajeros y una intensificación del turismo de masas. Paralelamente, los procesos de planificación urbana y estratégica de ciudades como Barcelona –que han convertido la cultura, y las actividades económicas en torno a ella, en ejes fundamentales de su crecimiento económico– han supuesto una aceleración de los procesos de gentrificación ya asentados en las principales ciudades del mundo que habían sido advertidos desde el ámbito académico. Este artículo analiza la importancia de estos análisis poniéndolos en el centro de la necesidad de replantear con urgencia dicho modelo de ciudad que en casos como el de la Ciudad Condal, se encuentran hoy ante el reto del profundo dilema que contrasta crecimiento económico y sostenibilidad social.

The extension of tourism as a human activity that creates value, and the emergence of it thanks to new forms of participation and wealth creation arising from the emergence of new Web 2.0 collaborative economies, has brought about an increase in the number of travellers and an intensification of mass tourism. At the same time, urban and strategic planning processes for cities like Barcelona—which have transformed culture and economic activities linked to it into key areas of its economic growth— have accelerated the process of gentrification already happening in large world cities as had been warned from the academic sphere. This article discusses the importance of these analyses by putting them at the centre of the need to urgently rethink city planning, such as in the case of Barcelona which is challenged today with the profound dilemma of weighing up economic growth and social sustainability.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS:

Gentrificación; Turismo; Cultura; Barcelona; España

Gentrification; Tourism; Culture; Barcelona; Spain

DOI: <http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2016.i17.21>

Introducción

La llegada de internet y, sobre todo, la extensión de la llamada web 2.0 (Castells, 2001 y 2006; Kotler, 2012) ha traído consigo una simplificación de los procesos de creación y publicación de contenidos en la red y, con ello, todo un cambio de paradigma desde la emisión de mensajes unidireccionales de la red 1.0 o tradicional a la paulatina generalización de una relación de interacción entre los agentes online. Una nueva forma de intercambio donde los consumidores son, al tiempo, creadores y distribuidores de contenidos (la red 2.0 o 3.0). Este hecho ha traído consigo el auge de determinadas plataformas que, bajo el paraguas de la llamada *economía colaborativa* (Bostman y Rogers, 2010), cuestionan los tradicionales modelos de producción de negocio y riqueza facilitando las llamadas economías informales y multiplicando las formas de intercambio de bienes y servicios entre las personas. Este fenómeno, si bien ha venido a transformar la casi totalidad de sectores económicos, ha tenido una especial incidencia en el sector turístico gracias a la consolidación de plataformas como Booking o, más intensamente, Airbnb, las cuales plantean la posibilidad de que cada ciudadano residente en una ciudad pueda alquilar su casa o parte de ella con fines turísticos a precios muy por debajo del mercado hotelero (Lassiter y Richardson, 2011 y Wu, Lee y Reinard, 2012).

En la práctica, este hecho -unido al surgimiento de fenómenos que facilitan el transporte de personas intra y entre países -como las aerolíneas de bajo coste- ha supuesto la multiplicación del número de turistas y visitantes en las principales ciudades del mundo. Lugares como Barcelona que se enfrentan hoy al reto de hacer sostenibles sus actuales políticas de crecimiento económico orientadas desde hace más de 25 años al llamado *City Marketing* (Muñiz y Cervantes, 2009) y que se enfrentan ahora con las consecuencias negativas de esta intensificación entre las que se cuentan la masificación, la pérdida de prestigio urbano o, tal y como se analiza en este documento, los procesos de gentrificación (Sorando y Ardura, 2016) que están vaciando de sus habitantes tradicionales los cascos históricos para convertir la ciudad en una suerte de gran apartamento turístico. Todo ello frente a los esfuerzos municipales de un consistorio que, por primera vez, decide atajar el reto de poner límites a este fenómeno con el desafío que supone no descuidar con ello la bonanza económica generada por el llamado *Modelo Barcelona*.

Este artículo parte de la hipótesis de que este fenómeno de gentrificación y masificación derivado del desbordamiento de las consecuencias de las políticas de emprendeduría de ciudad –*entrepreneurial turn* (Havery, 1989)– no es un fenómeno necesario o únicamente relacionado con el internet 2.0 y la eclosión del turismo de masas en estas ciudades, sino un hecho largamente advertido desde el ámbito académico nacional e internacional desde hace décadas, coincidiendo con la revisión crítica de los modelos de crecimiento cultural de las de las principales ciudades del mundo en general y de Barcelona en particular. Para corro-

borar esta idea se ha llevado a cabo un análisis bibliográfico de las principales fuentes documentales como memorias, presupuestos, documentos tanto oficiales como académicos, así como del análisis de contenido del discurso de los principales medios de comunicación en torno al tema.

Las políticas culturales como agentes de crecimiento económico

Desde la crisis del modelo de producción fordista y el estado de bienestar keynesiano, las principales ciudades del mundo con Londres a la cabeza tuvieron que hacer frente al reto del desempleo, la emigración y el deterioro urbano (Evans, 2001 y Lash y Urry, 1998). Una problemática que desde finales de los años 80 pone a las ciudades en el centro del debate económico trayendo consigo no sólo un fenómeno de empoderamiento de lo local y de competencia entre capitales (Brenner, 2004, Jessop, 2004) en detrimento del tradicional modelo de centralismo estatal, sino también un movimiento que sitúa a la cultura en el centro de la producción de la riqueza (García, 2004b), entendiendo esta como un bien o servicio que puede reportar un beneficio económico directo para las ciudades, sea a través de estrategias vinculadas a la construcción de imagen para el atractivo turístico (*branding o city marketing*) o como propiamente una industria o sector para el desarrollo económico, las llamadas industrias o ciudades creativas (Sánchez, Ruis y Zarlenga, 2012).

En la práctica, en las últimas décadas, este fenómeno ha supuesto pasar de la planificación urbana a la planificación cultural en las ciudades (Evans, 2001) y puesto sobre la mesa el llamado giro local de la política cultural hacia la «estrategia emprendedora de los gobiernos locales» (Harvey, 1989) que en grandes ciudades como Birmingham, Liverpool o la propia Barcelona ha traído consigo su promoción como capitales regionales con ambiciones internacionales (Barber y Pareja Eastaway, 2010) a través incluso de políticas de paradiplomacia (Zamorano, 2012). Estas dinámicas, que han supuesto una ruptura con las antiguas formas en la que se concebía y usaba la cultura (para crear una identidad nacional o para integrar diferentes expresiones culturales) han terminado convirtiendo a las ciudades que las han auspiciado en una suerte de entes autónomos y, por ello, responsables últimos de sus procesos de crecimiento y de las consecuencias derivadas de ello.

Junto a las estrategias planteadas para el desarrollo de sectores económicos vinculados con la producción de bienes culturales, cobran especial importancia por su impacto sobre la población de estas ciudades los proyectos que tienen que ver con la generación de servicios culturales para el atractivo turístico y comercial. Este tipo de estrategias se han vertebrado sobre todo a través de la recuperación del patrimonio existente de los centros urbanos (regeneración urbana), de la creación de instituciones y equipamientos culturales (como museos y centros culturales) o de la organización de grandes eventos transformadores (Landry y

Bianchini, 1995; G. Evans, 2001; García, 2004). Proyectos que relacionan directamente la política cultural con la promoción económica (Gray, 2007) convirtiendo la cultura en un eje de desarrollo económico (Scott, 2000) imprescindible.

El Modelo Barcelona como referente

En el caso de la planificación estratégica de la cultura de la ciudad de Barcelona en particular, numerosos autores han analizado un fenómeno que si bien sigue parte del modelo de otras urbes modernas y tiene su punto de inflexión en el resurgimiento de las ciudades en los años noventa, recibe la influencia fundamental de una clase económica y política tradicionalmente emprendedora desde mucho antes. Una oligarquía que ya había manifestado un interés en la promoción internacional del lugar de la mano de las experiencias previas de las exposiciones universales de 1888 y 1929 y cuya acción se ve reforzada además por el interés derivado del cariz nacionalista del territorio, muy preocupado por definir la naturaleza de sus contenidos culturales orientándolos a este fin y, además, especialmente interesado en desvincularse y superar las políticas culturales del Estado (Zamorano y Rodríguez, 2015).

Durante la segunda mitad del siglo xix y principios del xx, Barcelona experimentó un gran desarrollo industrial que, frente a la actitud centralista del gobierno nacional, se valió de la acción mancomunada de elites locales y del poder municipal para la creación y mejora de servicios y para la creación de instituciones de prestigio. Aunque esta tradición se ve frenada por el franquismo, la llegada de la democracia reactiva la tradición emprendedora de las élites para desarrollar unos de los modelos más avanzados de ciudad emprendedora (Marshall, 1996).

En la práctica, el florecimiento del modelo cultural de Barcelona se relaciona con las políticas socialdemócratas que enmarcan en la nominación y posterior celebración de los Juegos Olímpicos en 1992, el desarrollo de los primeros planes estratégicos de la cultura en España (Guillemat, 2008) y la creación de diversos clústeres culturales (Rius, 2008). Imitando al nuevo laborismo británico, Barcelona hará de la cultura un signo de modernidad defendiéndola como una estrategia post-neoliberal para el desarrollo (Belfiore, 2004).

En este escenario, la concentración de clústeres culturales como forma de reactivación de la economía se hizo efectiva en algunos de los barrios tradicionalmente más deprimidos como Ciutat Vella y también en proyectos orientados a la dinamización estratégica de ciertas zonas otrora industriales reorientándolas hacia la localización de empresas relacionadas con la innovación como sería el caso del Poblenou con el proyecto 22@. Es en el primero de estos ejemplos dónde, de la mano de dos grandes proyectos en torno al antiguo Centre de Cultura de la Casa de la Caritat –el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) y el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)–, Barcelona circumscribe algunos de sus

más notables éxitos en lo que al *branding* e integración cultural se refiere. El resultado de estas acciones se ha interpretado, tradicionalmente, bajo el consenso de que se trata un modelo de éxito en su acertada combinación de renovación urbana y planificación cultural (Surbirós, 1999).

Con la perspectiva del tiempo y teniendo en cuenta el mapa completo de este liderazgo en la estrategia cultural, para Rodríguez Morato (2008) la particularidad y los déficits del modelo Barcelona radican en haberse convertido en un caso extremo de la tendencia general de otras ciudades contemporáneas de situar la cultura en el centro del desarrollo urbano. Tanto es así que uno de los factores claves de este modelo ha sido el incremento paulatino de visitantes en la ciudad (Casellas, Dot Jungla & Pallarés-Barberá, 2010) que ha pasado desde los 2,4 millones en 1993 a 8,3 millones de turistas en 2015. Un fenómeno claro de creación de riqueza que, sin embargo, empieza ahora a cosechar críticas debido a su desbordamiento.

Críticas a la gentrificación por la cultura

El término gentrificación aparece citado por primera vez por Glass en 1964 en el marco de su análisis en torno al proceso de revalorización de las casas victorianas de algunos barrios obreros de Londres. Estas viviendas, tradicionalmente habitadas por clases obreras, habían comenzado a suscitar el interés de las clases medias y medias-altas que procedieron a su rehabilitación cambiando con ello el perfil social de estos entornos. Recuperado por investigaciones más recientes, el término ha tardado cierto tiempo en formar parte de los debates académicos hispanohablantes debido, por un lado, a un debate ontológico alrededor de la adecuación de su traducción directa del inglés y, además, a causa de su esencia crítica, haciendo que en muchas ocasiones las referencias al fenómeno se sustituyan por otras acepciones o sinónimos con carga mucho menos negativa –o incluso positiva– como «regeneración urbana» o «renovación urbana» (Hernández Cordero, 2015; García Herrera y Díaz, 2008).

Para autores como Smith (1996, 2000; 2001; 2005) la gentrificación parte, al igual que el fenómeno de la economía cultural, del agotamiento del modelo económico fordista y de la reestructuración económica territorial al calor de la nueva clase media dedicada a los servicios que define la globalización actual. Directamente relacionado con este cambio sociodemográfico están los enfoques que analizan la relación entre gentrificación y turismo, por la cual ciertas ciudades costeras experimentan el desplazamiento de las clases populares que tradicionalmente han habitado sus calles para convertirse en centro de descanso de las clases medias internacionales. Es lo que ha venido a llamarse «urbanismo colonizador» (García Herrera, 2007; Fox, 2004), relacionado también, según estos autores, con transformaciones comerciales como las que sustituyen las tiendas tradicionales y el comercio de proximidad por tiendas de lujo y franquicias.

Los sujetos gentrificadores (Díaz, 2009) han sido analizados en la literatura anglosajona con diferentes términos estableciendo sus numerosas relaciones en común -*young professionals* (*yuppies*) o *bourgeois bohemian* (*bobos*)-(López Gay, 2008) directamente relacionados con las llamadas clases creativas habitualmente surgidas al calor de la cercanía de clústeres culturales (Florida, 2009). Investigaciones como la de Hernández Cordero (2015) relacionan directamente la gentrificación con la reconfiguración económica que supone el neoliberalismo en la ciudad, sobre todo, en espacios con alto potencial económico, para cuyo auge es fundamental la alianza entre los poderes públicos y la iniciativa privada. Una relación que, a la larga conlleva, la «mercantilización del espacio urbano».

De la mano de la llegada y establecimiento de estos sujetos gentrificadores, surge la eclosión del turismo, atraído por la revalorización de las zonas que son en sí mismas atractivos culturales. Esta relación entre gentrificación y turismo se ha analizado también desde la perspectiva del consumo y la subida de precios. Es lo que Zukin denomina *la domesticación por cappuccino*. Una museificación del espacio y una presión de desplazamiento para los vecinos tradicionales debido al efecto en cadena (Marcuse, 1985) que acarrea sobre los precios de los productos.

Y es que directamente relacionado con el fenómeno gentrificador está la subida de los precios de la vivienda, responsable directo de la expulsión de los vecinos de los barrios tradicionales. Como ya señalaron Núñez, Caridad y Ceular (2007) una de las causas de la subida del precio de la vivienda en España es «la adquisición de viviendas con finalidad turístico-especulativas», un fenómeno que hoy por hoy se ha multiplicado de la mano de las plataformas de alquiler por internet. En 2016, y tras los años de frenazo de la crisis económica, la subida de los precios de la viviendas se ha disparado a un ritmo del 6,7%. De forma paralela, la compra de vivienda por parte de extranjeros, además, ha llegado a alcanzar un total de 48.000 en 2016 según Índice de Precio de la Vivienda de Ventas Repetidas que elaboran los Registradores de la Propiedad(1).

En lo que a la cultura se refiere y tal y como señalan Sánchez, Ruis y Zarlenga (2012), existen desde hace años numerosas críticas al modelo de crecimiento económico vinculado a la competencia y promoción de las ciudades. Estos enfoques versan, sobre todo, en la difícil sostenibilidad y en la habitual exclusión de los actores sociales locales. Una crítica que entroncan con la que se refiere a los procesos de «segregación, desplazamiento y aburguesamiento espacial» en palabras de estos autores y que han provenido, sobre todo, del ámbito de la consultoría y el académico, no así de manera sistemática de los agentes socio-culturales y, como es evidente, tampoco de la propia administración.

Estas primeras voces críticas, si bien tuvieron sus reflejos en la corrección de dinámicas y en el replanteamiento de enfoques orientándolos a la sostenibilidad ambiental, económica y so-

cial (Kagan y Hahn, 2011) –enfoques que en el caso de Barcelona cristalizaron a través de desarrollos como el de la «Agenda 21 de la Cultura» (Pascual, 2008) o en replanteamientos como el «Plan Nuevos Acentos» de 2006 (Guillemat, 2008) destinado a evitar los «desbordamientos» de iniciativas como el Forum de las Culturas 2004–; no acometieron, con similar urgencia sin embargo, el debate en torno a otras cuestiones como las relativas a que la transformación urbana ha terminado favoreciendo los intereses de las nuevas clases medias en detrimento de las clases populares (Julier, 1996) o que se han derivado hacia la promoción económica externa y no hacia las necesidades ciudadanas (Degen y García, 2012). Cuestiones, todas ellas, relacionadas con la sustitución de la tradicional población local de los barrios objetos de transformación cultural primero por la población de productores culturales (artistas, bohemios, talleres) y, más tarde, y al calor de la promoción de la ciudad, por turistas.

Como punto de inflexión en este debate, y tal y como se apuntaba arriba, tomaron especial papel las críticas a las contradicciones del último de los grandes eventos proyectados por la Ciudad Condal, el Fórum de las Culturas 2004. Una cita altamente cuestionada en la que intereses públicos (de sendos Gobiernos conservadores en Catalunya y España) y privados (por la apertura a patrocinio de grandes empresas) generaron una gran masa crítica que cuestionaba su papel como agente transformador y catalizador de los grandes debates culturales, ambientales y sociales del siglo *xxi* que estaban en el origen de la convocatoria.

El consenso en torno al fracaso del Fórum 2004 como agente de transformación social (Sánchez, Rius y Zarlenga, 2012) contrastó sin embargo con la percepción de su «éxito» como proyecto de reordenación urbana de la zona del río Besós, tradicionalmente deprimida, y por la construcción y renovación de infraestructuras sostenibles que hoy hacen de este distrito uno de los más caros de Barcelona por la acumulación de zonas residenciales, centros comerciales, hoteles y restaurantes de lujo animados por la transformación urbana de un lugar de especial cercanía a la playa.

En lo que a la dinamización urbana de otras zonas se refiere, en su análisis de las industrias y clústeres culturales, Rius y Zarlenga (2014) analizan las experiencias de la regeneración cultural y urbana de Glorias-Poblenou (el llamado Plan 22@) y cuestionan también el modelo de Ciutat Vella-Raval llamando la atención sobre cómo, principalmente en el proyecto 22@, el modelo *top down* de su gobernanza ha supuesto un impacto negativo en las redes sociales previas y en las actividades preexistentes en un barrio ya *per se* carismático como el Poblenou. Este impacto tuvo que ver con la expulsión de las tradicionales actividades industriales (Marrero Guillamón, 2003), la gentrificación y/o elitización urbana (Jugla y Casellas 2010) y la desaparición paulatina, a la larga, de la presencia de artistas (Martí-Costa y Padel i Miquel, 2011) en la zona.

Diversos expertos han señalado como tanto en el caso del Forum, como en el de Poblenou o el de Ciutat Vella-El Raval, este proceso de gentrificación ha terminado por traer consigo una desvirtuación del patrimonio histórico de la ciudad. Para estos autores, las zonas transformadas han pasado a ser un espacio de consumo más o menos estandarizado (Peck, 2005) en algunos casos convirtiéndose en un clúster de tiendas de lujo (Evans, 2003) y expulsando -como veíamos en el caso del 22@ a la comunidad artística- (Kostelanetz, 2003). En este sentido, puede comprobarse como numerosos autores habían advertido cómo la capacidad transformadora de la economía de la cultura puede terminar provocando procesos de expulsión por fenómenos de gentrificación (Zukin, 1982; Zukin, 1989).

Estas críticas a la mercantilización de la marca de ciudad en casos como el de Barcelona (Balibrea, 2001) no han supuesto hasta muy recientemente un replanteamiento de ciertas estrategias de crecimiento y suponen hoy un reto que, desde el ámbito municipal, intenta minimizarse en la actualidad atajando por los flancos las consecuencias del fenómeno, sobre todo en lo que a desplazamiento y turismo se refiere.

Tomando como referencia el caso antes planteado de Ciudad Vella, los autores Arias y Quaglieri (2016) señalan en su investigación como sólo existen 604 licencias turísticas concedidas en este distrito para el que, en embargo, pueden encontrarse más de 2500 referencias en la web de alquiler online Airbnb. Un desfase que está el origen de la reciente campaña municipal *Un dret como una casa*, destinada a poner freno a los alquileres ilegales -sin licencia turística- a través de las plataformas online anteriormente citadas (Ayuntamiento de Barcelona).

Conclusiones

Pese a la abundante literatura crítica en torno a experiencias de *branding* de ciudad en torno al Modelo Barcelona (Balibrea, 2001; Blanco, 2009b; Degen & García, 2012; Delgado, 2007), que se focalizan en las tensiones y virtualidades negativas de la regeneración urbana como estrategia de *city marketing* y en el escaso papel que los actores sociales locales han desempeñado en este proceso en términos de participación (Barber & Pareja Eastaway, 2010; Gouldner, 1957; McKinnie, 2006; Morris Hargreaves McIntyre, 2009); lo cierto es que parece que este debate ha terminado estando encerrado en el ámbito académico sin por ello extenderse a la planificación y consecución de estrategias destinadas a evitar la gentrificación urbana o el desbordamiento de la ciudad que ya entonces se atisbaban. Problemas hoy evidentes y fruto de diversas críticas por parte de los medios de comunicación de masas así como de protestas vecinales (*Tourists go home*)(2).

En la práctica, esta falta de planificación ha supuesto el cumplimiento de las peores previsiones y la confirmación de la cultura como agente gentrificador tal y como señalan en su revi-

sión crítica los autores Sorando y Ardura que parafrasean la canción de Leonard Cohen en su ensayo «First we take Manhattan» (2016). Estas aproximaciones así como otras previas como las de Jutgla, Casellas, Pallares-Barbera (2010) ponen de relieve la amenaza real que supone para la sostenibilidad social de las grandes ciudades la puesta en marcha de políticas de crecimiento centradas en la cultura y, por ende, del turismo y el tercer sector sin tener en cuenta el riesgo de desconexión y elitización no sólo de las propias políticas sino, como hemos visto, de las zonas donde tienen lugar en pro de una estandarización, una pérdida de la identidad y una desaparición del patrimonio social (Hernández, 2015 y Sorando, 2014).

Este hecho, unido a la eclosión de las plataformas de economía informal derivadas de la red 2.0 están trayendo consigo el ya anunciado proceso de expulsión de la población local sin que, por el momento, parezcan existir políticas que, a largo plazo, minimicen este impacto o, al menos, tengan respuesta a los retos que plantea (Arias y Quaglieri, 2016). Actualmente, las campañas municipales destinadas a evitar el alquiler ilegal así como la paralización en la concesión de licencias turísticas y la ralentización de diversos proyectos hoteleros apenas sirven como freno a una dinámica cuyo desarrollo, tal y como se ha demostrado, lleva fraguándose más de 20 años y cuyas voces críticas parecieron no ser oídas.

En un entorno en el que internet, cada vez más, complica el escenario y multiplica los agentes y las posibilidades de crecimiento de esta economía informal o colaborativa, se hace cada vez más importante articular estrategias realistas que partan del análisis de los enfoques más críticos de la planificación cultural y tengan en cuenta sus límites y riesgos. En el horizonte ha de estar el objetivo de articular discursos de ciudades con identidad propia, ciudades no estandarizadas ni que actúen como escaparate comercial, que sean auténticas y sostenibles en el tiempo.

NOTAS

(1) VIAÑA, D. (2016): «Los extranjeros compran más casas en España que nunca». *El Mundo*. Madrid, 13 de mayo de 2016. En línea: <http://www.elmundo.es/economia/2016/05/13/5734c7abe2704e74568b4613.html>

(2) VERDÚ, D. (2015): «El efecto Airbnb en el vecindario». *El País*, 13 de diciembre de 2015. En línea: http://economia.elpais.com/economia/2015/12/10/actualidad/1449738303_311413.html

BIBLIOGRAFÍA

- AJUNTAMENT DE BARCELONA (1980 2012): Pressupostos de l'Ajuntament de Barcelona. Gaseta Municipal. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2000): Pla d'Acció Municipal. Àrea de Cultura (2000 2003). Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

- ARIAS, A. y QUAGLIERI, A. (2016): «Unravelling Airbnb: Urban Perspectives from Barcelona» en A. Russo y G. Richard (Ed.), *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place*. Channel View Publications, pp. 209-228.
- BARBER, A. y EASTAWAY, M. P. (2010): «Leadership Challenges in the Inner City. Planning for Sustainable Regeneration in Birmingham and Barcelona». *Policy Studies*, 31(4), pp. 393-411.
- BELFIORE, E. (2004): «Auditing Culture. The Subsidised Cultural Sector in the New Public Management». *International Journal of Cultural Policy*, 10(2), pp. 183-202.
- BOTSMAN, R. y ROGERS, R. (2010): *What's Mine Is Yours. The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business.
- CASTELLS, M. (2001): *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza y Janés.
- (2006): *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- BRENNER, N. (2004): «Urban Governance and the Production of New State Spaces in Western Europe 1960-2000». *Review of International Political Economy*, 11(3), pp. 447-488.
- DEGEN, M., GARCÍA, M. (2012): «The Transformation of the Barcelona Model?. An Analysis of Culture, Urban Regeneration and Governance». *International Journal of Urban and Regional Research*, 36(5), pp. 1022-1038.
- DELGADO, M. (2007) *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del 'Modelo Barcelona'*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- DÍAZ, I. (2009): «Procesos de gentrificación en Sevilla en la coyuntura reciente. Análisis comparado de tres sectores históricos: San Luis-Alameda. Triana y San Bernardo (200-2006)». *Scripta Nova*, 304.
- EVANS, G. (2001): *Cultural Planning. An Urban Renaissance?* London: Routledge.
- (2003): «Hard-Branding the cultural city-from Prado to Prada». *International Journal of Urban and Regional Research*, 27, pp. 417-440.
- FLORIDA, R. (2009): *Las ciudades creativas*. Barcelona: Paidós.
- GARCÍA, B. (2004a): «Urban Regeneration, Arts Programming and Major Events. Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004». *International Journal of Cultural Policy*. 10(1), pp. 103-118.
- (2004b): «Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities. Lessons from Experience, Prospects for the Future». *Local Economy*, 19(4), pp. 312-326.
- GARCÍA HERRERA, L. M. y DÍAZ RODRÍGUEZ, M^a. C. (2000): «La transformación morfológica y social en el barrio de El Toscal (Santa Cruz de Tenerife: Canarias)». *Ería*, 2000, n.º 53, pp. 231-246.
- GARCÍA HERRERA, L. M. (2008): «Elitización: propuesta en español para el término gentrificación». *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. VI, n.º 332.
- GARCÍA HERRERA, L. M. (2003): «¿De cabañas a palacios? Vivienda y proceso de elitización en El Cabo-Los Llanos (Santa Cruz de Tenerife, Canarias)». *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. VII, n.º 146 (075).

- GARCÍA HERRERA, L. M., SMITH, N. y MEJÍAS VERA, M. Á. (2007): «Gentrification, Displacement, and Tourism in Santa Cruz de Tenerife». *Urban Geography*, vol. 28, n.º 3, pp. 276-298.
- GARCÍA HERRERA, L. y DÍAZ, C. (2000): «El proceso de elitización: investigaciones y temas de análisis en la geografía española (1999-2008)». *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XII, n.º 270 (149).
- GLASS, R. (1964): *London: Aspects of change*. London: McKibbin and Kee.
- GRAY, C. (2007): «Commodification and instrumentality in cultural policy». *International Journal of Cultural Policy*, n.º 13, pp. 203-215.
- GUILLEMAT, E. (2008): «El plan estratégico de cultura de Barcelona 2007-2015. Nuevos acentos 2006» en F. Manito (Ed.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid: Fundación Autor, pp. 189- 218.
- GOULDNER, A. W. (1957): «Cosmopolitans and locals. Toward an analysis of latent social roles». *Administrative Science Quarterly*, 2(3), pp. 281-306. doi. 10.2307/2391000
- HERNÁNDEZ, A. (2015): *En transformación. Gentrificación en el Casc Historic de Barcelona*. Doctorado. Universidad Autónoma de Barcelona.
- JESSOP, B. (2004): «Multi level Governance and Multi level Metagovernance», en I. Bache y M. Flinders, *Multi level Governance*. Oxford: Oxford University Press, pp. 49 74.
- JULIER, Guy (1996): «Barcelona Design, Catalonia's Political Economy, and the New Spain, 1980 1986». *Journal of Design History*, 9(2), pp. 117 127.
- JURDAO, F. (1992): *Los mitos del turismo*. Madrid: Endymion.
- JUTGLA, E. D., CASELLAS, A. y PALLARES-BARBERA, M. (2010): *Gentrificación productiva en Barcelona. Efectos del nuevo espacio económico*. León: EDN.
- KADT, E. (1991): *Turismo. ¿Pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endymion.
- KAGAN, S. y HAHN, J. (2011): «Creative Cities and (Un)Sustainability. From Creative Class to Sustainable Creative Cities». *Culture and Local Governance*, 3(1 2), pp. 11 27.
- KOSTELANETZ, R. (2003): *Soho. The Rise and Fall of an Artist's Colony*. Nueva York: Routledge.
- KOTLER, P. (2012): *Marketing 3.0*. Madrid: Lid.
- LANDRY, C. y BIANCHINI, F. (1995): *The creative city*. Great Britain: Demos.
- LASSITER J, y RICHARDSON, E (2011): *Airbnb. Case Study*. Harvard Business Review.
- LASH, S. y URRY, J. (1998): *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu.
- LEA, J. (1988): *Tourism and Development in the Third World*. New York: Routledge.
- LÓPEZ GAY, A. (2008): *Carvis residencials i moviments migratoris en la renovació demogràfica de Barcelona*. Barcelona: Consell de Treball Econòmic i Social de Catalunya.

- MARTÍ-COSTA, M. y PRADEL I MIQUEL, M. (2011): «The knowledge city against urban creativity? Artists' workshops and urban regeneration in Barcelona». *European Urban and Regional Studies*.
- MARRERO GUILLAMÓN, I. (2003): «¿Del Manchester catalán al Soho barcelonés? La renovación del barrio del Poblenou en Barcelona y la cuestión de la vivienda. *Scripta Nova*, n.º 7.
- MARCURSE, P. (1985). «Gentrification, abandonment and displacement: Connections, causes and Policy Responses in New York City». *Urban Law Annual*, vol. 28, pp. 195-240.
- MARSHALL, T. (1996): «Barcelona Fast Forward? City Entrepreneurialism in the 1980s and 1990s». *European Planning Studies*, 4(2), pp. 147 165.
- (2000): «Urban Planning and Governance. Is there a Barcelona Model?». *International Planning Studies*, 5(3), pp. 299 319.
- MATHIESON, A. y. WALL, G. (1982): *Tourism. Economic. Physical and social Impacts*. Essex: Longman House.
- MORRIS HARGREAVES MCINTYRE (2009): *Cultural impact study. the impact of the arts in Birmingham*. Manchester: Lateral Thinkers.
- MUÑIZ MARTÍNEZ, N. y CERVANTES BLANCO, M. (2009): «Identity and Marketing of Cities. Information Communication Technologies and City Marketing. Digital Opportunities for Cities around the World» en M. Gascó y T. H. Torres. Nueva York: Editorial IGI Global.
- MUÑEZ, J., CARIDAD J. y CEULAR, N. (2007): *La subida de los precios de la vivienda: factores determinantes*. Córdoba: Boletín de la Real Academia de Córdoba 152, pp. 305-320.
- PECK, J. (2005): «Struggling with the Creative Class». *International Journal of Urban and Regional Research*, 29, pp. 740-770.
- RIUS, J. y ZARLENGA, M. (2014): «Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales en Barcelona». *RES* n.º 21, pp. 47-68.
- RIUS, J. y SÁNCHEZ-BELANDO, M. V. (2015): «Modelo Barcelona y política cultural. Usos y abusos de la cultura por parte de un modelo emprendedor de desarrollo local». *EURE*, n.º121, pp. 103-123.
- RIUS, J. (2008): «Los barrios artísticos. Base local de la cultura global. Análisis del caso del Raval de Barcelona». *Revista Internacional De Sociología*, 66(51). 179-205. En <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/viewFile/114/115>
- RODRIGUEZ MORATÓ, Arturo (2005): «La reinención de la política cultural a escala local. El caso de Barcelona». *Sociedade e Estado*, 20(2), pp. 351 376.
- (2008): «La emergencia de una capital cultural europea», en M. Degen y García (coord.), *La metaciudad. Barcelona. Transformación de una metrópolis*. Barcelona: Antrophos.
- RUBIO, A. y RIUS, J. (2012): «La modernización de la gestión pública de la cultura. Análisis comparado del caso de los equipamientos culturales de las comunidades autónomas de Cataluña y Madrid». *GAPP. Revista Gestión y Análisis de Políticas Públicas*. Nueva Época, n.º 8. julio-diciembre, pp. 11-24.

- SANCHEZ, M.A.; RIUS, J. Y ZARLENGA, M. (2012): «¿Ciudad creativa y ciudad sostenible? Un análisis crítico del modelo Barcelona de políticas culturales». *Revista Crítica de Ciencias Sociais*, 99, pp. 31-50.
- SCOTT, A. (2000): *The Cultural Economy of Cities. London [etc.]*, Sage in association with Theory, Culture & Society. Nottingham Trent University.
- SMITH, N. y WILLIAMS, P. (1988): *Gentrification of the city*. Boston: Unwin Hyman.
- SMITH, N. (2009). «¿Ciudades después del neoliberalismo?» en MACBA (Ed.), *Después del neoliberalismo: ciudades y caos sistémico*. Barcelona: Museo de Arte de Contemporáneo de Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 10-30.
- (2005): «El redimensionamiento de la ciudades: la globalización y el urbanismo neoliberal», en D. Harvey y N. Smith, (Eds), *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 59-78.
- (2001): «Nuevo globalismo, nuevo urbanismo». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 38, pp. 15-32.
- (2000): «Eliminación y exclusión socioespacial: El Lower Est Side en Nueva York» en L. García y N. Smith (Eds.), *Globalización: Transformaciones urbanas, precarización social y discriminación de género*. La Laguna: Universidad de la Laguna, pp. 21-29.
- (1996): *The new urban frontier. Gentrification and the revanchist city*. Oxford: Routledge.
- SONANDO, D. (2014): *Un análisis relacional del cambio social en los centros estigmatizados*. Doctorado. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- SORANDO, D. y ARDURA, A. (2016): *First we take Manhattan*. Barcelona: Catarata.
- SUBIRÓS, J. (1999): *Estrategias culturales y renovación urbana*. Barcelona: Aula Barcelona.
- WU, S., LEE, F. Y REINARD, J. (2012): *Airbnb*. ECONOMICS 106T. UCLA.
- ZAMORANO, M. M. (2012): «Barcelona international presence and the Catalanian cultural paradiplomacy since democratic transition». *VII International Conference on Cultural Policy Research, Barcelona, 9-12 de julio*.
- ZAMORANO, M. M. y RODRÍGUEZ, A. (2015): «The cultural paradiplomacy of Barcelona since the 1980s. understanding transformations in local cultural paradiplomacy». *International Journal of Cultural Policy*, n.º 21, pp. 554-576.
- ZUKIN, S. (1982): *Loft Living. Culture and Capital in Urban Change*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- (1989): *Loft living. Culture and capital in urban change*. Nueva York: Rutgers University Press.
- (1995): *The culture of cities*. Oxford: Blackwell.